

Mapa de la Industria Cultural de Videojuegos en Argentina: un estado de situación.

Romina Gala

Instituto de Investigación Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA,
Pres. José Evaristo Uriburu 950
Ro_gala@hotmail.com

Resumen. Durante las últimas décadas, los videojuegos se han consolidado como bienes culturales característicos de la cultura digital. En Argentina, la industria de videojuegos comienza a desplegarse a partir de comienzos de siglo. Pese a ser desde entonces una de las producciones de mayor expansión en el campo de las Industrias Culturales, aún son escasos y dispersos los datos específicos sobre este sector productivo en Argentina.

El objetivo de este trabajo es contribuir a la comprensión del estado actual de la industria de videojuegos de Argentina a partir del análisis de los datos estadísticos publicados sobre el sector en el marco de la economía cultural y los consumos culturales. Este ejercicio propone la sistematización y comparación de los datos disponibles, a fines de encontrar coincidencias y discordancias que permitan el chequeo de las diferentes fuentes consultadas, tales como agencias gubernamentales y asociaciones sectoriales, entre otras. El trabajo recorre tres ejes: la producción de videojuegos en Argentina, el consumo de éstos y el rol de la industria local en el contexto regional.

Palabras claves: videojuegos, industrias culturales, convergencia, consumos culturales, economía cultural.

1 Introducción.

La industria de videojuegos en Argentina fecha sus inicios a comienzos de siglo, aunque sus antecedentes pueden ser rastreados hasta 1982 con el lanzamiento de “Truco Arbiser”, un videojuego con identidad nacional. En menos de 20 años de historia, la industria local de videojuegos se ha expandido hasta convertirse en un sector incipiente entre las industrias culturales locales, con perspectivas de crecimiento favorables y alcanzando cierto grado de institucionalización. Reflejo de este proceso es el surgimiento de organizaciones sin fines de lucro en el sector, de nuevas carreras vinculadas al desarrollo de videojuegos —tanto en universidades públicas como en instituciones privadas— y la consolidación de eventos y exposiciones de videojuegos a nivel local.

Pese a este recorrido, y los avances conseguidos por la industria de videojuegos, la misma no cuenta con una regulación específica en el país. Como consecuencia, las políticas públicas de fomento a las que accede el sector no siempre están diseñadas en

atención a las particularidades que los bienes de las industrias culturales portan: más allá de su valorización en el mercado, los videojuegos son (re)productores de sentidos y expresiones de la cultura digital en la cual se producen y a la cual modifican. Actualmente, la industria local de videojuegos queda en parte tipificada como industria del software. En tanto tal, puede participar de las políticas de fomento a dicha industria, tales como el Fondo Fiduciario de Promoción a la Industria del Software — FONSOFT. Enfatizando esta clasificación, la Asociación Argentina de Desarrollo de Videojuegos (ADVA) es una entidad asociada a la Cámara de la Industria Argentina del Software (CESSI). Esta situación haya sustento en una condición constitutiva de los videojuegos: su dependencia a la programación para el desarrollo del juego.

Por otro lado, la industria local de videojuegos se incluye entre las industrias culturales, contando con una secretaria de coordinación en el Ministerio de Cultura así como con la posibilidad de participar de las políticas de fomento al sector gestionadas por dicho organismo; tales como el Mercado de Industrias Creativas (antes culturales).

Parte de la regulación de los videojuegos debería hacer foco en cuál dimensión priorizar para definir su lugar en el conjunto de actividades productivas del país y, desde allí, poder avanzar en el diseño de políticas públicas de fomento diseñadas en atención a las necesidades específicas del sector. Para ello, resulta fundamental contar con datos estadísticos que posibiliten una comprensión sobre el funcionamiento de la industria de videojuegos en Argentina. Sin embargo, en la actualidad la información disponible es escasa o desactualizada y muchas veces inaccesible, en tanto los videojuegos quedan incluidos en categorías más amplias (como Servicios de Software o Contenido Digital), las cuales no pueden ser desagregadas.

El objetivo de este trabajo es contribuir a la comprensión del estado actual de la industria de videojuegos de Argentina a partir del análisis de los datos estadísticos publicados sobre el sector. Para ello, el trabajo se organizó en torno a tres ejes; a saber, la producción de videojuegos en Argentina, el consumo de éstos y el rol de la industria local en el contexto regional. Parte del ejercicio consistió en la sistematización y comparación de los datos disponibles, a fines de encontrar coincidencias y discordancias que permitan el chequeo de las diferentes fuentes consultadas, tales como agencias gubernamentales y asociaciones comerciales, entre otras. El recorrido aquí propuesto no busca ser exhaustivo ni de las categorías que resulten de interés para comprender la industria de videojuegos ni de las fuentes plausibles de ser relevadas. Se utilizarán solamente los documentos más recientes que aporten datos para el análisis de los ejes antes mencionados.

2 Aproximación a la producción de videojuegos en Argentina.

Hacia el año 2012, en el marco de la Tercera Encuesta Nacional a Empresas Desarrolladoras de Videojuegos realizada por el CEDEM¹, el número de empresas se estimó en torno a las 75 unidades, las cuales empleaban unos 1100 trabajadores. Para 2017, según datos aportados por la Asociación Argentina de Desarrolladores de Videojuegos (ADVA), el número asciende a más de 100 estudios y emprendedores emergentes, los cuales emplean a aproximadamente 2000 personas. Esto supone que, en un período aproximado de 5 años, la cantidad de empresas desarrolladoras creció en más de un 30%, a la vez que la cantidad de empleados en el sector prácticamente se duplicó, mostrando un incremento mayor al 80%. Sin embargo, todos estos datos son aportados en condición de estimaciones. No se han encontrado documentos que precisen la cantidad de empresas, emprendedores o trabajadores del sector en la actualidad.

Sólo 61 empresas de videojuegos aparecen en los registros de la herramienta MITIC², de Fundación Sadosky y el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva, al aplicar las categorías temáticas Videojuegos y Advergaming. De éstas, 13 se encuentran vinculadas a proyectos de financiamiento a través del Fondo Fiduciario de Promoción de la Industria del Software (FONSOFT).

Según los registros del proyecto JuegosArgentinos.org³, el número de estudios en la actualidad alcanza los 160, aunque incluyen en su lista a algunos desarrollos específicos, como el de Yelomba — una artista que con apoyo del Fondo Nacional de las Artes desarrolla un videojuego basado en la leyenda del familiar—y dos instituciones educativas vinculadas a la comunidad de desarrolladores, como la Escuela Da Vinci e Image Campus. Pese a estas excepciones que escapan a desarrollos en el marco de la industria cultural, el número de estudios registrados supera los 100, tal como indica ADVA, aunque el porcentaje por el cual los registros superan esta base de 100 empresas resulta llamativo pues ronda el 50%. Según los datos publicados en su portal web, ADVA representa en total a 113 entidades: 30 socios unipersonales y 83 empresas. También incluyen entre éstas a instituciones educativas, como Image Campus y la Universidad Abierta Interamericana, entre otros tipos.

Al combinar la base de datos de empresas socias de ADVA y la de juegosargentinos.org⁴, el total de empresas vinculadas al desarrollo de videojuegos asciende a 178, de las cuales 70 son asociadas a ADVA.

La distribución geográfica de éstas responde al siguiente esquema:

¹ Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano —CEDEM—, perteneciente a la Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

² <https://www.cultura.gob.ar/noticias/cinco-datos-sobre-la-industria-de-los-videojuegos-en-argentina>

³ Para mayor información sobre el proyecto ver: <http://juegosargentinos.org/somos>

⁴ Para realizar la combinación se dejaron de lado instituciones educativas, empresas vinculadas al sector pero no abocadas al desarrollo de videojuegos y empresas que se detectó que ya no están activas. No se incluye a los socios unipersonales de ADVA, excepto Daniel Benmergui, puesto que su proyecto Ludomacy fue incluido por ambas instituciones

Tabla 1. Cantidad de empresas desarrolladoras de VJ según Provincia de radicación. 2017.

Provincia	Cantidad de Empresas
CABA	70
Buenos Aires	48
Cordoba	18
Mendoza	12
Santa Fé	12
Entre Ríos	3
Salta	3
Tucumán	3
Chaco	1
Chubut	1
Sin datos	7
	178

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ADVA y Juegosargentinos.org

Tal como se presenta en el cuadro anterior, casi el 40% de las empresas se concentran en Capital Federal, siguiendo Buenos Aires con el 27%. Córdoba representa el 10% de las empresas mientras que Santa Fé y Mendoza siguen con el 7% cada una. Salta, Tucumán y Entre Ríos representan en conjunto el 5% aproximadamente, mientras Chaco y Jujuy alcanzan en conjunto al 1,2%.

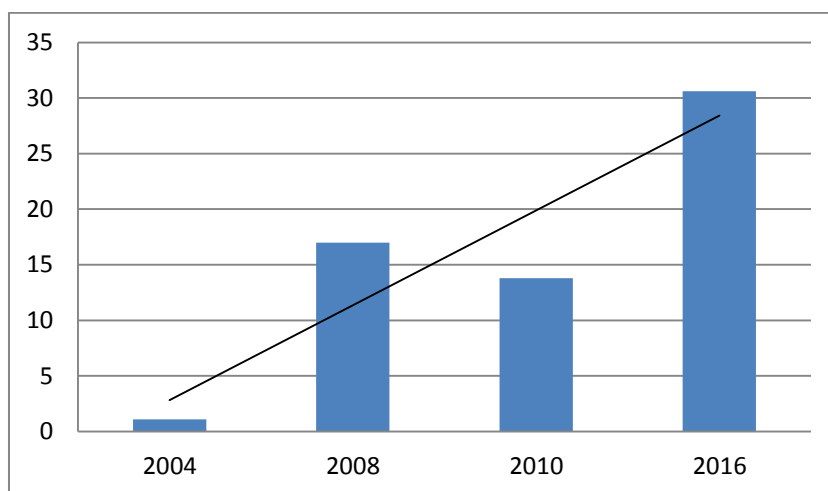
Estos datos encuentran cierta coincidencia con los presentados por FundAV, junto a UNTREF, en el Informe Ejecutivo “Estado de la Industria Independiente” (2016), resultado de una encuesta online realizada a desarrolladores independientes que relevó 268 casos. El 47% de los encuestados indicó a la CABA como su lugar de trabajo, siguiendo Buenos Aires con el 22% del total. Córdoba permanece en tercer lugar, siendo indicado como lugar de trabajo por el 11% de los encuestados. El cuarto y quinto lugar también los ocupan Santa Fé y Mendoza, representando el 8% del total cada distrito. Como puede verse, aún con ciertos matices, la distribución geográfica de los trabajadores coincide con la distribución geográfica de las empresas desarrolladoras. Sin embargo, entre las provincias señaladas como lugar de trabajo, aparecen algunas en las que no se han encontrado empresas allí radicadas; aunque, como se observa en el Cuadro N°1, no se tiene la ubicación geográfica del 7% de las empresas relevadas. Las provincias son: Jujuy, Río Negro, San Luis y Tierra del Fuego. Resulta pertinente aclarar que se registró solo un trabajador masculino por cada una de estas provincias.

Los datos disponibles sobre la facturación anual de la industria de videojuegos no son claros en cuanto a qué elementos están incluidos en su conformación, siendo ADVA la fuente principal de información al respecto. Parte de la escasa disponibilidad y transparencia en la información radica en que los ingresos por videojuegos pueden quedar solapados en otras categorías, tales como servicios de software o servicios audiovisuales, resultando difícil su identificación. Por ejemplo, la Cuenta Satélite de Cultura, la cual busca medir la incidencia económica de la cultura en la Argentina, no

tiene una categoría específica para videojuegos. Éstos son considerados en el sector “Contenido digital”, el cual incluye “*libros y diarios online, descarga y streaming de películas y otros contenidos de video, descarga y streaming de música, videojuegos en línea, etc*”. La diversidad de actividades allí implicadas hace que los datos presentados resulten insuficientes para estimar la participación de la industria de videojuegos en el Valor Agregado Bruto cultural, el cual para el sector de Contenido Digital muestra una importante tendencia creciente desde el 2004. Para ese entonces, dicho sector representó el 2,2% del VAB cultural total, mientras que para 2015 el porcentaje se incrementó al 11,8% del total. Según los datos preliminares de 2016, Contenido Digital vuelve a presentar un incremento, representando un 14,6% del VAB Cultural total y ubicándose en segundo lugar detrás de los contenidos audiovisuales.

A partir de los datos indicados por ADVA en diferentes informes se ha realizado un ejercicio de comparación de la facturación anual de la industria, referenciando cada valor en pesos a su equivalente en dólares según la cotización histórica de dicha moneda en el año de referencia. Los resultados, escasos, muestran un crecimiento exponencial de la recaudación, coincidiendo con el incremento en la cantidad de empresas radicadas y la cantidad de trabajadores vinculados.

Gráfico 1. Facturación IC de Videojuegos en Argentina en millones de dólares según año.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ADVA.

Como hemos mencionado, del gráfico anterior se desprende un crecimiento exponencial de la industria de videojuegos local. Si bien fue realizado a modo de ejercicio, esta tendencia coincide con las perspectivas y análisis sobre el sector, a nivel global, regional y local, que indican una expansión sostenida de esta industria y auguran un futuro aún más prometedor.

Según un informe de la consultora PWC (2016), los videojuegos de Argentina produjeron en 2016 ingresos por US\$ 107 millones, cifra notoriamente mayor a lo estimado por ADVA en US\$ 30, 6 millones aproximadamente. Sin embargo, la falta de información sobre cómo fueron contruados ambos datos no permite concluir sobre las causas que explicarían tales estimaciones disímiles. Según el informe mencionado, el crecimiento del sector se asocia principalmente a la producción y consumo de juegos sociales (desarrollados para dispositivos móviles), los cuales representan el 63,5% de la facturación total. La consultora prevé una tasa de crecimiento anual compuesto de 18,5% para el sector, y 24,1% para los juegos sociales específicamente, hasta alcanzar en 2021 una recaudación anual estimada en US\$ 251 millones. Según la Consultora Newzoo, las ganancias del mercado de videojuegos en Argentina fueron, para 2016, 409 millones de dólares. ADVA sostiene que el 95% de la facturación total del sector en la Argentina es producido por sus empresas asociadas. Sin embargo, no presentan datos que permitan decir cuáles son las empresas que concentran la mayor facturación.

El mercado local para los desarrollos de producción nacional es acotado. Indicio de esto es que el 95% de lo que produce la industria nacional es exportado hacia los mercados más importantes a nivel global: Estados Unidos, Europa y Asia (ADVA, 2017), a la vez que el 44% de los desarrolladores independientes tienen otro trabajo para subsistir (FundAV y UNTREF, 2016). No se han encontrado datos que permitan desagregar las exportaciones en bienes de servicio y juegos con propiedad intelectual. Sin embargo, declaraciones públicas realizadas desde la FundAV⁵ sostienen que la industria local es principalmente proveedora de servicios.

Pese a este nivel de exportación de lo producido a nivel local, según datos de la Encuesta de Consumos Culturales y Entorno Digital (Ministerio de Cultura, 2013), el 29% de los/as argentinos/as mencionan jugar videojuegos e incluso el 21% cuenta con hardware específico para hacerlo, pese al alto precio de las consolas que superan los 500 dólares y que sitúa al país entre los más caros para adquirirlas.

2.1 Sobre los desarrolladores.

Como se ha mencionado, el 44% de los encuestados en el Informe “Estado de la Industria Independiente” (FundAV y UNTREF, 2016) menciona tener otro trabajo para subsistir mientras que el 35% mencionó vivir exclusivamente del desarrollo de videojuegos. Del total de encuestados, el 60% dedica de modo parcial la semana laboral al desarrollo de videojuegos, mientras el 40% trabaja a tiempo completo. La mayoría de los encuestados no tienen personas a cargo.

Con respecto a la formación, el 80% de los encuestados cuenta con, al menos, formación terciaria para la profesión, mientras un 10% se declaró autodidacta. Desagregando, el 23% de los encuestados indicó poseer formación terciaria, el 31% universi-

⁵ <https://www.cultura.gob.ar/noticias/cinco-datos-sobre-la-industria-de-los-videojuegos-en-argentina>

taria incompleta, el 22% universitario completo y el 4% cuenta incluso con formación de posgrado. No se tienen datos sobre el tipo de formación, a nivel contenidos, con la que cuentan.

En el informe publicado por el CEDEM (2012) se destaca el alto nivel de formalización de las empresas emergentes del sector de videojuegos, constituidas principalmente bajo las formas societaria S.R.L. o S.A. Sin embargo, un poco más de 5 años después, los datos que arroja la encuesta de la FundAV indican otra tendencia. Del conjunto de desarrolladores independientes, un 51% declara estar en negro. No debe perderse de vista que ambos trabajos suponen unidades de recolección de datos diferentes: mientras el CEDEM encuestó empresas, la FundAV se centró en desarrolladores.

Una de las características que atraviesa el universo de desarrolladores de videojuegos en Argentina es la cuestión de género. Como sucede en otras industrias del sector informático, la presencia de hombres en el sector es notoriamente mayor que la de mujeres. De los 30 socios unipersonales de ADVA, solo 3 son mujeres; es decir, el 10%. Es curioso que este dato coincide con la distribución por género de los desarrolladores según el informe de FundAV: el 90,9% de los desarrolladores encuestados son hombres y sólo el 9,1% mujeres. Si bien en la actualidad ADVA se encuentra bajo la presidencia de una mujer, Martina Santoro de OKAM Studio, el resto de la Comisión Directiva está en manos de hombres: 16 en total. Los 5 miembros fundadores de la Fundación Argentina de Videojuegos, FundAV, son en su totalidad hombres.

2.2 Sobre los consumidores.

Los datos sobre el consumo de videojuegos en Argentina también son escasos. La última aproximación encontrada son los publicados en el marco de la Encuesta de Consumos Culturales y Entorno Digital – Computadora, Internet y Videojuegos (Ministerio de Cultura, 2013).

Como ya se ha mencionado, casi un 30% de los argentinos juegan videojuegos (y el 21% posee consolas de juego), aunque el 95% de lo que se produce a nivel local se exporta. Por lo tanto, esto dato nos daría un indicio sobre el origen de los videojuegos que se juegan en el ámbito local. El juego de consola más popular en el país es el FIFA de Electronic Arts, empresa norteamericana de desarrollo y distribución de videojuegos para múltiples plataformas líder del sector, fundada en 1982, mientras que la consola más vendida en Argentina es la Playstation (Informe Newzoo, 2016).

El proyecto juegosargentinos.org tiene contabilizados 346 juegos de industria nacional.

Entre los consumidores de videojuegos la cuestión de género también se hace presente, siendo los varones los que más juegan (35% vs. 23%). Este dato se condice con la estimación realizada por Newzoo (2016) para los jugadores de juegos de consola: en Argentina casi el 75% de los jugadores de juegos de consola que pagan por este consumo son hombres. Los varones juegan, además, más tiempo y con mayor frecuencia que las mujeres: el doble de varones que de mujeres juega todos o casi todos los días (7.6% vs. 3.9%). Además, mientras los varones declaran jugar de corri-

do aproximadamente 1.42 horas y minutos, las mujeres lo hacen por 54 minutos (Ministerio de Cultura, 2013).

Otra variable que incide en la frecuencia de juego es la edad, de forma tal que a menor rango etario, mayor frecuencia. Los jóvenes entre 12 y 17 años son quienes más juegan, siendo que en estrato superior a 65 años prácticamente el consumo de videojuegos desaparece. Sin embargo, resulta pertinente mencionar que la industria, mediante los juegos en redes sociales logra captar parte de este sector que tradicionalmente no consume videojuegos.

Para 2013, el dispositivo de juego más utilizado era la computadora (19%), seguida de las consolas (11%) y finalmente el dispositivo móvil (10%). Dado el nivel de penetración de los celulares en la población del país, y el crecimiento de la industria de desarrollo de videojuegos para dispositivos móviles, puede suponerse que el celular, en la actualidad, ha ganado importancia para el consumo de videojuegos.

Finalmente, el nivel socio económico no resultó ser una variable explicativa sobre el consumo de videojuegos en la argentina.

3 La Industria Argentina de Videojuegos en contexto.

En términos globales, el mercado de videojuegos está constituido principalmente por la región de Asia-Pacífico, quienes representan prácticamente la mitad del volumen total (47%). El segundo lugar lo ocupa la región de América del Norte (25%), seguida por el bloque Europa, Medio Oriente y África con el 24% del total.

Latinoamérica representa sólo el 4% del mercado total, siendo Argentina una de las economías con mayor participación y crecimiento de la región, aunque no la principal. Si bien este panorama nos aleja de una posición dominante en el mercado mundial, nos ubica en una posición competitiva a nivel regional, más aun considerando que la región latinoamericana es la segunda de mayor crecimiento en el mercado global de videojuegos (Newzoo, 2016; PWC, 2017).

La IC de videojuegos ha ido ganando lugar en el mercado global. Sus ingresos anuales, estimados en 100 mil millones de dólares (Newzoo, 2016), han superado los producidos por la IC cinematográfica. Si bien como hemos mencionado la Cuenta Satélite de Cultura no se desagrega en videojuegos, “Contenido Digital” (sector en el que se los incluye) representó 3.658.104 miles de pesos de 2004 del total del Valor Bruto de Producción cultural para dicho año, mientras que la producción audiovisual fue más del doble: unos 9.291.738 miles de pesos. La tendencia global no se vio replicada a nivel nacional. Sin embargo, si bien la industria cinematográfica ha ido creciendo sostenidamente desde 2004, no lo ha hecho con la misma aceleración que los contenidos digitales.

A nivel regional, la Argentina se ubica entre las IC de videojuegos con mayor crecimiento y recaudación. Según Newzoo, los dos primeros lugares son ocupados por Brasil (1,3 mil millones de dólares de ganancia) y México (1,1 mil de millones de dólares). El informe de PWC también señala a estos dos países pero además sostiene que el mercado colombiano de videojuegos supera al argentino. Newzoo, sin embar-

go, lo coloca muy por dejado, con ganancias de 264 millones frente a los 409 millones de ganancias generadas en la Argentina al 2016.

Ambas consultoras sostienen que el mercado argentino será el de mayor tasa de crecimiento a nivel regional.

4 Palabras finales

En el breve recorrido que antecede, se ha intentado trazar un mapa de la industria nacional de videojuegos en torno a tres ejes: la producción de videojuegos en argentina, el consumo de éstos y el rol de la industria local en el contexto regional. En todos los casos, se ha detectado que la información disponible resulta insuficiente para delinear con mayor precisión los contornos de dicho mapa. Como se ha mencionado, parte de esta carencia puede ser explicada por la falta de regulación específica para el sector. Los datos quedan “ocultos” en categorías que engloban a videojuegos junto a otras actividades y/o servicios vinculados a otras industrias y que no pueden ser desagregadas para ver el detalle correspondiente a los videojuegos.

Sin embargo, la contrastación de las fuentes entre sí ha permitido obtener algunas tendencias. En menos de 20 años, la industria argentina de videojuegos ha crecido de manera sostenida hasta constituirse en un sector económico incipiente con empresas radicadas en varios puntos del país y situándose en una posición competitiva a nivel regional, si bien la participación de Latinoamérica en el mercado global de videojuegos aún es pequeña en proporción. No hay datos precisos sobre el volumen de facturación de la industria a nivel local que permitan evaluar su participación en el conjunto de la economía nacional, ni datos sobre la cantidad y el volumen de las empresas desarrolladoras.

En cuanto al consumo de videojuegos en Argentina, la información disponible resulta hoy desactualizada y no hay datos sobre el tipo de juegos que se consumen. Tampoco hay información que permita conocer cuál es el tamaño, real o potencial, del mercado local para videojuegos de propiedad intelectual nacional, aunque casi el 30% de la población ha declarado jugar videojuegos.

Finalmente, el género incide en la industria de videojuegos, desde su producción hasta su consumo, siendo los varones el género más prominente.

Referencias

1. Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentinos (ADVA) (2017). Informe de industria. Recuperado de:
<https://docs.google.com/document/d/1drvKaBGTmDAHP9riUE1U7oIDQ-QC5Nm6TsL8-lem3U/edit>
2. Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (2012). Tercera Encuesta Nacional a Empresas Desarrolladoras de Videojuegos. Recuperado de:

- http://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/informe_sobre_la_industria_de_videojuegos_en_argentina_-_actualizacion_2012.pdf
3. Fundación Argentina de Videojuegos y UNTREF (2016). Estado de la Industria Independiente. Informe Ejecutivo. Recuperado de: <http://fundav.com/wp-content/uploads/2017/05/FundAV-Encuesta-2016.pdf>
 4. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). Cuenta Satélite de Cultura. Recuperado de: https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/csc_09_17.pdf
 5. Ministerio de Cultura de la Nación (2013). Encuesta de Consumos Culturales y Entorno Digital. Computadora, Internet y Videojuegos. Recuperado de: <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>
 6. Newzoo (2016). The Latin American Games Market: console still standing strong, but mobile is winning. Recuperado de: <https://newzoo.com/insights/articles/latin-american-games-market/>
 7. Newzoo (2016). 2016 Global Games Market Report. An overview of trends & insights. Recuperado de: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/700740/Reports/Newzoo_Free_2016_Global_Games_Market_Report.pdf
 8. PWC Argentina (2017). Medios y entretenimiento en Argentina. Perspectivas 2017-2021. Recuperado de: <https://www.pwc.com.ar/es/publicaciones/medios-y-entretenimiento-en-argentina.html>
 9. Subsecretaría de Servicios Tecnológicos y Productivos, Ministerio de Producción. Informe de la reunión realizada el 26/07/2017 en el marco del Ciclo de Encuentros Sectoriales de la Economía del Conocimiento, Mesa Sectorial de Videojuegos. Recuperado de: <http://fundav.com/wp-content/uploads/2017/08/Informe-Mesa-Videojuegos-26072017.pdf>